



## Buddy Mail

---

### Pressekontakt:

Eleonore Körner  
PR Manager Printing und  
Personal Systems  
Tel.: 07031 /14-62 60  
E-Mail: [eleonore.koerner@hp.com](mailto:eleonore.koerner@hp.com)

### HP Presseservice:

F&H Public Relations GmbH  
Brabanter Str. 4  
80805 München

Tel.: 089-121 75 133  
E-Mail: [hp@fundh.de](mailto:hp@fundh.de)  
Internet: [www.fundh.de](http://www.fundh.de)

## HP Leap Motion Studie – Teil 2

# HP macht den Ländervergleich zur Gestensprache 2.0

In einer HP Studie über Bewegungen zur Touch- und Gestensteuerung schneidet Deutschland besonders gut ab

Ist Leap Motion noch Zukunftsmusik oder sind die Nutzer längst bereit für die Weiterentwicklung der Gestensteuerung? HP hat insgesamt 6.000 Menschen in sechs Ländern befragt, um herauszufinden, ob Touch-Bewegungen, die zum Bedienen von Tablets und Smartphones verwendet werden, bereits Teil unserer täglichen Kommunikation sind. Die Teilnehmer der Research Now-Umfrage aus dem Dezember 2013 stammen aus Großbritannien, Frankreich, Deutschland, Spanien, Italien sowie Russland und sollten in einer Onlinebefragung neun Bewegungen identifizieren.

### Sind Deutsche echte Digital Natives?

Dabei zeigte sich deutlich, dass Deutsche die Gestensprache 2.0 absolut fließend beherrschen. Die Geste für das digitale Umblättern war sogar 93 Prozent der Befragten geläufig. Mit 89 Prozent für das Zoomen und 84 Prozent für das Scrollen sind Touch-Funktionen im Alltag der Deutschen bereits angekommen. Damit kam es im Vergleich zu anderen europäischen Ländern zu wesentlich weniger Missverständnissen: Beispielsweise nur 18 Prozent der Teilnehmer in Großbritannien und Spanien sowie 30 Prozent in Russland konnten die Zoombewegung richtig zuordnen. Höhere Übereinstimmungen gab es in diesen Ländern bei den weiteren Gesten. Doch auch hier erkannten nur 38 Prozent der Franzosen die Geste zum Runterscrollen einer Bildschirmseite.

Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass neue Touch-basierte Bewegungen damit in Deutschland beinahe zu den etablierten Technik-Gesten aufgeschlossen haben: „Ruf mich an“ (99 Prozent), „E-Mail schreiben“ (97 Prozent) und eine Kurznachricht tippen (96 Prozent) sind die ungeschlagenen Spitzenreiter des Tests. Hier haben alle Länder ähnlich gut abgeschlossen. Das macht diese drei Gesten zu echten Helfern wenn es darum geht Sprachbarrieren zu brechen. Im Gesamtergebnis erkannten 97,8 Prozent aller Teilnehmer das Zeichen für einen Anruf, 89,9 Prozent deuteten das Tippen einer E-Mail und sogar 94,5 Prozent das einer Nachricht richtig.

### Missverständliche Zeichen

Auch wenn die deutschen Befragten sehr sicher sind im Umgang mit Gesten, die sich auf neue Technologien und Touch-Funktionen beziehen, gilt dies nicht für ganz Europa. Die HP Studie hat auch gezeigt, dass es kulturelle Unterschiede im Verständnis

bestimmter Gesten gibt. Am schwierigsten zu erkennen war das Zoomen: In Großbritannien und Spanien erkannten nur 18 Prozent, in Frankreich immerhin 37 Prozent die Handbewegung. Laut Dr. Peter Collett, einem der führenden Fachleute auf dem Gebiet der Gestenkommunikation, handelt es sich beim Zoomen, also beim Vergrößern oder Verkleinern, um ein kompliziertes Zeichen, das sich wahrscheinlich auch in Ländern, in denen Touchdisplays verbreitet sind, langsamer verbreiten wird. Denn die Handbewegung ist in sich gegensätzlich: Um etwas zu vergrößern nähern sich die Finger einander, was automatisch mit einer Verkleinerung verbunden wird.

Diese wertvollen Ergebnisse können dazu verwendet werden, zukünftige Touch- und Gestensteuerung noch intuitiver zu gestalten und derartige Missverständnisse zu minimieren. *„Im Gegensatz zu vielen anderen Gesten, die auf bestimmte Regionen und Kulturen beschränkt sind, etabliert sich die Gestensprache 2.0 weltweit und wird zu einer Basis für ein regelrechtes Gesten-Esperanto, das Sprachbarrieren überwindet“*, so Dr. Collett.

Weitere Ergebnisse der HP Studie finden sie online in der dazugehörigen Gestensprache 2.0 Infografik.

Gerne steht Jochen Erlach, VP HP PPS Deutschland, auch für Interviews zur Marktentwicklung und der Zukunft von Leap Motion zur Verfügung.

#### **Weitere Informationen**

- Die Leap Motion-Technologie ist bereits im HP ENVY<sup>17</sup> Leap Motion SE Notebook verfügbar, das in Deutschland zu einem Preis ab € 1199 UVP inklusive MwSt. erhältlich ist.
- Weitere Informationen zum HP ENVY<sup>17</sup> Leap Motion Special Edition (SE) sind online verfügbar:  
<http://store.hp.com/GermanyStore/Merch/product.aspx?sel=PCNB&id=F0F32EA&opt=ABD>
- Bildmaterial zum HP ENVY<sup>17</sup> Leap Motion SE kann von Flickr heruntergeladen werden:  
<http://www.flickr.com/photos/hpdeutschland/sets/72157635683682845/>
- Die Infografik ist ebenfalls auf Flickr verfügbar:  
<https://www.flickr.com/photos/hpdeutschland/sets/72157643793743803/>

#### **Über HP**

HP schafft neue Möglichkeiten für einen sinnvollen Einfluss von Technologie auf Menschen, Unternehmen, Regierungen und die Gesellschaft. Mit einem äußerst breiten Technologieangebot, das Drucklösungen, PCs, Software, Dienstleistungen und IT-Infrastrukturlösungen umfasst, bietet das Unternehmen seinen Kunden in allen Regionen der Welt Lösungen bei komplexesten Herausforderungen.

Weitere Informationen zum Unternehmen (NYSE, Nasdaq: HPQ) und zu den Produkten finden Sie unter [www.hp.com/de](http://www.hp.com/de).

**Weitere Informationen für  
Unternehmenskunden:**  
Tel.: 0800 266 0 266\*  
E-Mail: [firmen.kunden@hp.com](mailto:firmen.kunden@hp.com)

**Weitere Informationen für  
Endkunden:**  
Tel.: 0800 266 0 266\*  
E-Mail: [privat.kunden@hp.com](mailto:privat.kunden@hp.com)  
Besuchen Sie den HP Store unter  
[www.hp.com/de/hpshop](http://www.hp.com/de/hpshop)

**Weitere Informationen für Channelpartner:**  
Tel.: 069 9999 15488\*\*  
E-Mail: [Preferred-Partner-Hotline@hp.com](mailto:Preferred-Partner-Hotline@hp.com)

\* gebührenfrei innerhalb Deutschlands

\*\*Die Kosten für den Anruf hängen vom jeweiligen Vertrag mit Ihrem Telefonanbieter ab. Bitte erkundigen Sie sich bezüglich der Gebühren für den Anruf einer Festnetznummer direkt bei Ihrem Telefonanbieter.

This news release contains forward-looking statements that involve risks, uncertainties and assumptions. If such risks or uncertainties materialize or such assumptions prove incorrect, the results of HP and its consolidated subsidiaries could differ materially from those expressed or implied by such forward-looking statements and assumptions. All statements other than statements of historical fact are statements that could be deemed forward-looking statements, including but not limited to statements of the plans, strategies and objectives of management for future operations; any statements concerning expected development, performance, market share or competitive performance relating to products and services; any statements regarding anticipated operational and financial results; any statements of expectation or belief; and any statements of assumptions underlying any of the foregoing. Risks, uncertainties and assumptions include macroeconomic and geopolitical trends and events; the competitive pressures faced by HP's businesses; the development and transition of new products and services and the enhancement of existing products and services to meet customer needs and respond to emerging technological trends; the execution and performance of contracts by HP and its customers, suppliers and partners; the protection of HP's intellectual property assets, including intellectual property licensed from third parties; integration and other risks associated with business combination and investment transactions; the hiring and retention of key employees; assumptions related to pension and other post-retirement costs and retirement programs; the execution, timing and results of restructuring plans, including estimates and assumptions related to the cost and the anticipated benefits of implementing those plans; the resolution of pending investigations, claims and disputes; and other risks that are described in HP's filings with the Securities and Exchange Commission, including HP's Annual Report on Form 10-K for the fiscal year ended October 31, 2012. HP assumes no obligation and does not intend to update these forward-looking statements.

© 2014 Hewlett-Packard Development Company, L.P. The information contained herein is subject to change without notice. The only warranties for HP products and services are set forth in the express warranty statements accompanying such products and services. Nothing herein should be construed as constituting an additional warranty. HP shall not be liable for technical or editorial errors or omissions contained herein.